

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Dalam melakukan praktik kerja magang ini, penulis berada dibawah pengawasan dan bertanggung jawab langsung dengan *Head Digital Marketing Solution*, Farid Mardhi. Penulis juga berada di bawah supervisi anggota departemen *Digital Marketing* dan *Marketing Communication* dalam menjalankan tugasnya. penulis memiliki tugas untuk ikut serta melakukan penelitian, perencanaan, diskusi dengan klien serta evaluasi dari aktivitas sebagai Account Executive. Proses kerja magang tidak dilakukan secara individu, melainkan dengan koordinasi antar departemen lainnya.

Penulis juga dibimbing dengan supervisor atau pembimbing lapangan saat melakukan proses kerja magang dengan mengawasi, memberikan pengetahuan, memberikan pengarahan serta approval terkait proses pembuatan laporan magang. Dalam melakukan kerja magang, penulis dilibatkan langsung dalam segala aktivitas yang dijalankan dimulai dengan brainstorming sampai dengan eksekusi. Beberapa aktivitas yang dilakukan adalah melakukan pemantauan berita serta tren yang ada, hal ini penulis lakukan sebagai bentuk situation analysis sehingga tetap relevan dengan para calon klien.

Penulis berkontribusi dalam melakukan strategi yang sudah didiskusikan untuk memasarkan apa saja konten yang KapanLagi Youniverse bisa produksi dan ditawarkan kepada brand. Untuk *event* ataupun penawaran terbaru yang biasanya ada tiap musim penulis melakukan komunikasi dengan pihak klien melalui email. Hal ini dilakukan dengan membuat rancangan serta mengirimkan email terkait proposal acara yang akan diadakan. Dengan melakukan kampanye email, akan membukakan kesempatan kerjasama baru jika klien tertarik. Penulis harus melakukan koordinasi dengan tim planner, marketing, kreatif, media sosial dan juga tim redaksi untuk menjalankan brief yang telah diberikan oleh klien.

### 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Tugas utama penulis berbeda-beda tergantung dengan *task* yang diberikan oleh *Head Digital Marketing Solution*. Disaat ada hari raya ataupun musim tertentu maka penulis akan mengumpulkan beberapa program yang terpilih dan cocok yang akan dijadikan satu menjadi paket berupa *deck* presentasi nantinya akan ditawarkan ke klien yang dinamakan *partnership deck proposal*. Proses kerja magang sudah dipastikan sesuai dengan standar, tujuan serta kesepakatan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Tugas Account Executive penting demi terjalannya proses kerja perusahaan sebagai penyedia media digital dengan peran untuk menampung apa saja kebutuhan yang diinformasikan oleh klien. Inilah mengapa Account Executive disebut sebagai penghubung antara klien dan perusahaan (Clow dan Baack, 2022).

Dalam melakukan task penulis mendapatkan brief penugasan di hari Senin – Jumat setiap jam 10.00 WIB melalui *Online Meeting* dengan supervisi, untuk menjelaskan apa saja yang harus dikerjakan pada hari itu dan melakukan update terkait proyek yang sedang dikerjakan. Diikuti dengan *Online Discussion* dengan departemen *Marketing Communication* mengenai task apa saja yang harus dikerjakan dan dikolaborasikan setiap hari Senin tiap minggunya. Jika sudah diberikan penjelasan, penulis diarahkan untuk melakukan pekerjaan setelah mendapatkan *brief*.

Alur dalam pengerjaannya dimulai dengan berdiskusi dengan klien apa yang mereka inginkan lalu akan diolah menjadi *creative brief*. Setelah itu akan dilakukan *meeting* dengan tim redaksi mengenai eksekusi dan kesempatan untuk melakukan persetujuan kerjasama antar *brand* dan perusahaan. Pada saat melakukan diskusi sebagai Account Executive juga melakukan pencatatan terkait apa saja yang dibahas, dan akan dijadikan *feedback* yang disebut *minutes of meeting*. Pencatatan ini tidak diwajibkan oleh perusahaan namun, penulis melakukan proses tersebut agar dapat teratur dan tidak terjadi keliruan *request* klien.

Jika sudah selesai, hasil dari pekerjaan akan di update dan diberikan kepada *Head Digital Marketing Solution* untuk di *review*. Dalam aktivitas magang ini, Penulis diberikan kesempatan untuk berdiskusi dan melakukan pengenalan Perusahaan dengan berbagai *brand* yang tertarik untuk melakukan branding melalui

media yang mereka pilih di KapanLagi Youniverse. Dalam melakukan komunikasi dengan berbagai *brand* penulis memperkenalkan berbagai program yang berada di tiap media online di bawah KapanLagi Youniverse, Setelah melakukan komunikasi tersebut nantinya *brand* akan tertarik untuk memilih di kanal mana dan jenis *branding* seperti apa yang cocok untuk *brand* tersebut.

### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan dalam proses kerja magang di divisi Account Executive adalah sebagai berikut:

<b>Membuat penjadwalan meeting</b>	Mengatur jadwal <i>meeting</i> baik dengan pihak internal maupun klien, juga berkoordinasi dengan departemen lain.
<b>Membuat partnership deck proposal</b>	Mempersiapkan proposal berupa deck, yang berisikan gambaran umum perusahaan, target audiens, rencana promosi hingga <i>rate card brand partnership</i> .
<b>Melakukan approaching client</b>	Mengirimkan serta membuat penulisan baik melalui <i>email</i> maupun Whatsapp dengan klien yang sudah pernah melakukan kerjasama maupun belum disaat ada <i>event</i> tertentu ataupun penawaran terbaru.
<b>Internal Review</b>	Mempresentasikan media <i>activity</i> dan program yang bisa dilakukan oleh klien baik online maupun offline.
<b>Membuat creative brief</b>	Pemaparan informasi terkait pekerjaan yang akan dilakukan oleh pihak internal perusahaan untuk berjalannya suatu proyek.
<b>Melakukan Minutes of Meeting</b>	Pencatatan yang penting dalam <i>meeting</i> untuk tim internal.

Tabel 3.1 Tugas Utama Account Planning  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama seratus hari dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan sampai dengan tahapan eksekusi yang melibatkan banyak pihak. Aktivitas ini banyak diantaranya yang melibatkan kolaborasi dari team *Marketing Communication, Sales*, kreatif dan redaksi. Selain itu, demi memperlihatkan proses kerja magang yang jelas berikut adalah tabel timeline kegiatan penulis saat melakukan kerja magang di KapanLagi Youniverse sebagai berikut.

NO	Uraian Pekerjaan	Waktu (dalam minggu)																					
		Jan				Feb				Mar				Apr				Mei				Jun	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Membuat penjadwalan <i>meeting</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	Membuat <i>partnership deck proposal</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3	Melakukan <i>approaching client</i>																	■	■	■	■	■	■
4	Internal Review	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	Membuat <i>creative brief</i>									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Melakukan <i>Minutes of Meeting</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Tabel 3.2 Timeline Aktivitas Kerja Account Executive *Intern*  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam tahap awal menjadi bagian dari KapanLagi Youniverse, Account Executive *intern* diberikan penjelasan serta pengenalan terkait target serta apa saja project yang dapat dilibatkan selama proses kerja magang. Penulis telah melalui proses yang cukup banyak, salah satunya dengan diberikan kesempatan untuk berpartisipasi secara langsung dalam *event*. Tugas yang dilakukan oleh seorang Account Executive dalam melakukan praktik kerja magang sebagai berikut:

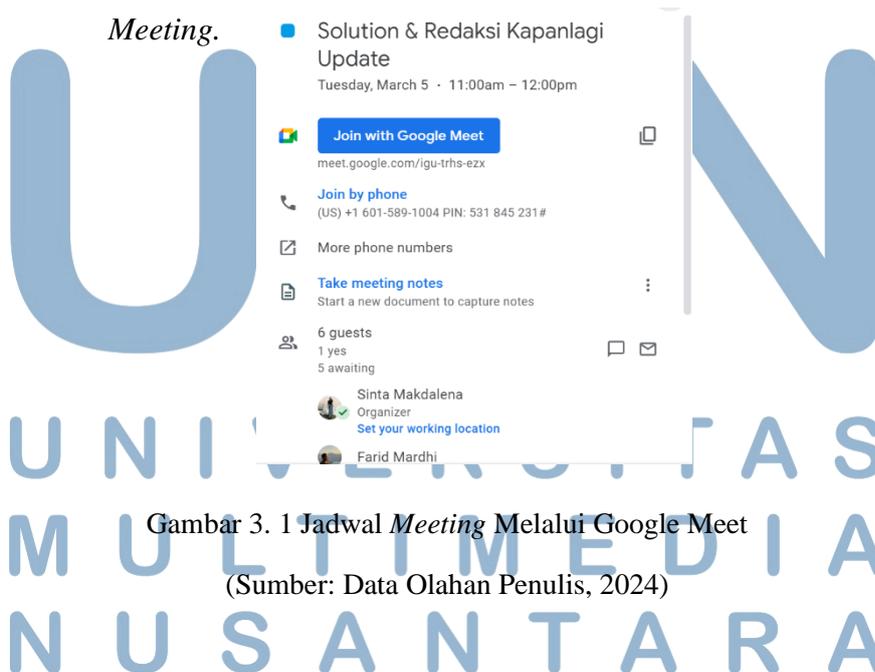
#### 1. Membuat Penjadwalan *Meeting*

Dalam melakukan penjadwalan *meeting* penulis melakukan tugas tersebut untuk kepentingan kebutuhan klien dan internal. Diharuskan untuk berkoordinasi dengan pihak internal mengenai ketersediaan waktu dan kehadiran anggota departemen. Setelah mengecek ketersediaan waktu dari

setiap departemen dan anggotanya maka penulis akan membuat undangan *meeting* melalui Google Meet.

Terdapat tahapan dalam melakukan penjadwalan *meeting* yang dilakukan penulis yaitu:

1. Supervisi akan memberi informasi untuk menanyakan ketersediaan kepada tim internal maupun klien untuk melakukan diskusi terkait proyek yang akan dilaksanakan.
2. Nantinya, supervisi akan memberikan informasi terkait kontak Whatsapp maupun *email* dari perwakilan tim yang ingin diajak diskusi. Begitu pula dengan penjadwalan *meeting* dengan klien.
3. Menghubungi perwakilan tim maupun klien dan memberikan saran mengenai waktu *meeting* yang cocok.
4. Jika sudah ada jadwal yang jelas dari tiap tim maupun klien, maka akan diinformasikan ke supervisi.
5. Jika sudah disetujui maka, penulis akan mengirimkan jadwal melalui Google Meet yang sudah langsung terinformasikan melalui Gmail seluruh peserta *meeting*.
6. Tahap terakhir, penulis melakukan pencatatan berupa *Minutes of Meeting*.

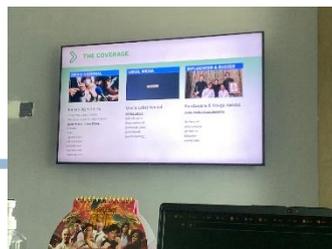


Gambar 3. 1 Jadwal *Meeting* Melalui Google Meet  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

## 2. Membuat *Partnership Proposal Deck*

Salah satu tugas penulis yang banyak dilakukan selama proses praktik kerja magang adalah membuat *partnership proposal deck*. Proposal ini digunakan sebagai bahan untuk presentasi serta menunjukkan apa saja aktivitas yang akan dilakukan antar calon klien dengan perusahaan. Untuk proposal ini, penulis memastikan bahwa seluruh detail dari kerjasama yang akan dilakukan lengkap dan akurat. Didalamnya, penulis menjelaskan profil umum perusahaan, konsep yang kreatif, program yang sesuai dengan *brand*, target audiens, *timeline* sampai dengan *rate card brand* untuk menjalankan kerjasama. Untuk kemudahan akses *partnership deck* dikerjakan melalui Google Slide.

Dalam melakukan praktik kerja magang di KapanLagi Youniverse sebagai Account Executive penulis sudah melakukan kolaborasi dan terlibat dalam berbagai pembuatan *deck partnership* untuk klien. Salah satu contoh hasil pekerjaan penulis adalah menyusun proposal untuk salah satu calon Bupati Kota Kendal Mas Dico, diawali dengan *brainstorming* terkait *track record* dan apa yang sudah dikerjakan oleh beliau, target audiens kampanye serta apa saja aktivitas yang sesuai dengan hasil riset tersebut. Setelah penyusunan proposal penulis melakukan kegiatan presentasi terkait proposal yang sudah disusun dengan pihak redaksi, kreatif hingga *marketing* agar lebih matang. Nantinya, KapanLagi Youniverse akan memberikan exposure dan menjalin kerjasama agar pelaksanaan aktivitas Mas Dico untuk mendapatkan kesuksesan menjadi bupati Kendal di periode yang akan datang.



Gambar 3. 2 Presentasi *Partnership Proposal Offline*

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

## JUNI: HARI KELUARGA NASIONAL

Terdapat beberapa kegiatan yang bisa dilaksanakan untuk memberikan awareness terhadap keluarga dari bupati itu sendiri dan bagaimana mereka peduli akan tiap keluarga di kendal.

- 1 Family Marathon** yang dilakukan oleh keluarga serta keluarga dari bupati itu sendiri untuk menunjukkan keharmonisan
- 2 Lomba Memasak antar suami dan istri**, bisa diadakan setelah marathon. (Istri memberi instruksi namun tidak boleh membantu suami saat memasak.
- 3** Untuk para orangtua/lansia berkerjasama dengan dinas kesehatan untuk membuat **pengecekan gula darah dan tensi**.
- 4** Memberikan **playground** untuk anak-anak.

Gambar 3. 3 Ide Aktivitas Kampanye Bupati Kendal (Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

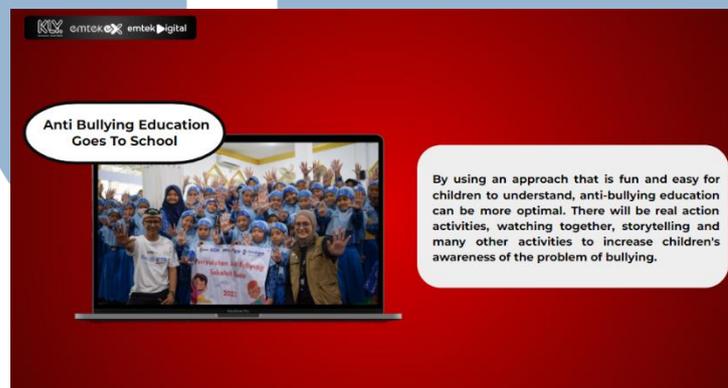


Gambar 3. 4 *Timeline* Aktivitas Kampanye Bupati Kendal (Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

Proyek lainnya dalam pembuatan *deck partnership* yang penulis buat adalah dengan perusahaan animasi yang terkenal dengan salah satu animasinya yaitu Boboiboy. Animonsta Studio sebagai klien melakukan perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan berkolaborasi dengan KapanLagi Youniverse bersamaan dengan promosi film Boboiboy yang terbaru. Dalam perencanaannya penulis memberikan ide kreatif mengenai aktivitas serta *brand exposure* yang bisa dilakukan oleh klien dan diakhiri dengan presentasi dengan tim Animonsta Studio dari Malaysia.



Gambar 3. 5 *Research Data Partnership* Animonsta Studio (Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)



Gambar 3. 6 Ide Kegiatan *Partnership* Animonsta Studio (Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)



Gambar 3. 7 *Brand Exposure Partnership* Animonsta Studio (Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

Jika terdapat hari spesial dari pihak redaksi seperti, pada saat berlangsungnya ibadah haji dan hari-hari penting lainnya. Nantinya redaksi akan melakukan program edisi spesial maupun liputan yang bisa menjadi kesempatan bagi brand untuk *tape in* dan menjalin kerjasama. Isi dari

proposal akan menjelaskan apa saja program yang bisa ditawarkan oleh media yang dimiliki oleh KapanLagi Youniverse seperti *benefit* dan *rate card partnership*.



Gambar 3. 8 *Partnership Proposal Liputan Haji 2024* (Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

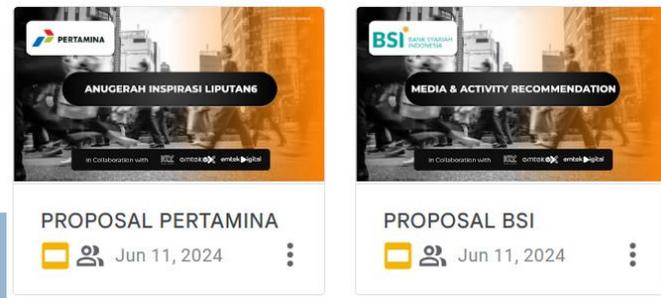


Gambar 3. 9 *Brand Activity Program untuk Liputan Haji 2024* (Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

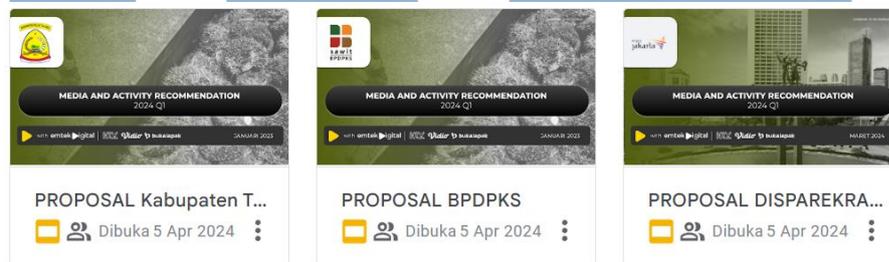
**Timeline of Kembali Berhaji**

PERIOD	May		June					July		
	Wk	WS	W1	W2	W3	W4	W5	W1	W2	W3
Content	Liputan Haji Special Coverage   Infographic   Seputar Haji Articles   Contextual Banner   Live Report Kembali Berhaji									
UPDATE	Every Wednesday & Friday									
podcast merdeka	Every Tuesday & Friday									
BRANDED DAILY NEWS	2 Videos perweeks									
	3 Videos perweeks									

Gambar 3. 10 *Timeline Program Khusus Liputan Haji 2024* (Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)



Gambar 3. 11 Hasil *Partnership* Proposal untuk klien  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)



Gambar 3. 12 Hasil *Partnership* Proposal untuk klien  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

### 3. Melakukan *Approaching Client*

Sebagai Account Executive *intern* di KapanLagi Youniverse, penulis melakukan tahap *approaching* dengan calon *brand* dan menawarkan program maupun aktivitas yang cocok dengan *brand*. Tentunya sebelum melakukan *approaching*, aka nada riset yang dilakukan agar apa yang ditawarkan penulis dengan *brand* sesuai. Dalam melakukan pendekatan ini dilakukan melalui *Email*, *Whatsapp* maupun secara langsung dengan hadir dalam *press conference* brand. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan pemasaran perusahaan.

Penulis sebagai *representative* perusahaan saat menghadiri *press conference* akan melakukan diskusi secara langsung dengan calon klien biasanya yang memiliki posisi sebagai *representative brand communication*, setelah melihat kampanye atau produk launching apa yang sedang dijalankan. Nantinya akan dilanjutkan dengan komunikasi yang

menghasilkan kesempatan untuk berkerjasama. Untuk pendekatan melalui Whatsapp dan *Email*, supervisi memberikan informasi terkait kontak brand yang bisa dihubungi untuk menjelaskan acara maupun program-program dari KapanLagi Youniverse.



Gambar 3. 13 *Press Conference* brand HealthyWay Kids (Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)



Gambar 3. 14 *Press Conference* Animonsta Studio (Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)



Gambar 3. 15 *Approaching client* melalui email (Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

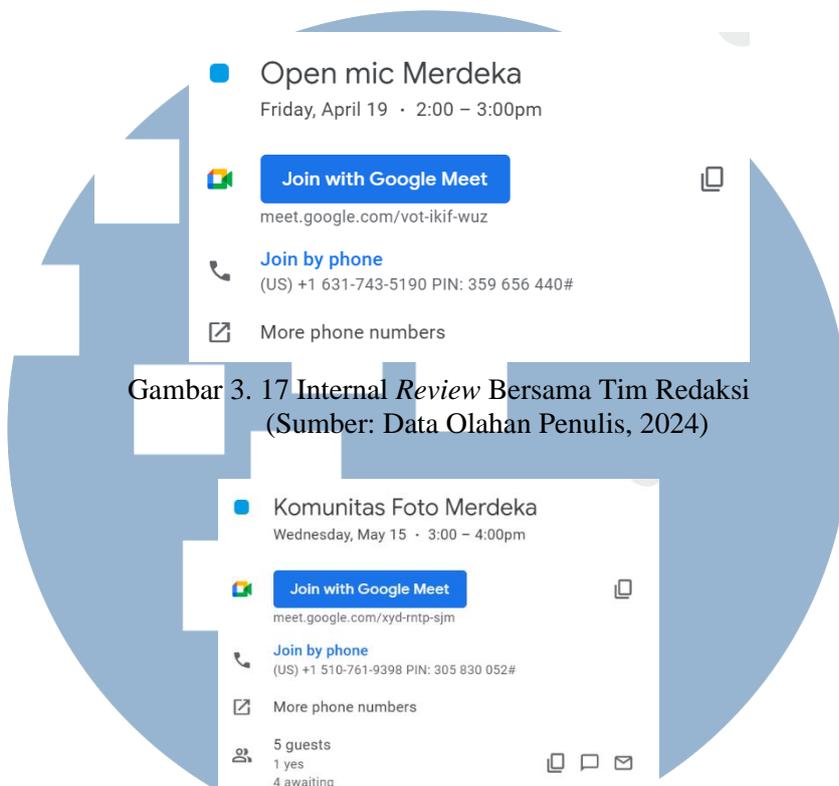


Gambar 3. 16 *Approaching client* melalui Whatsapp (Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

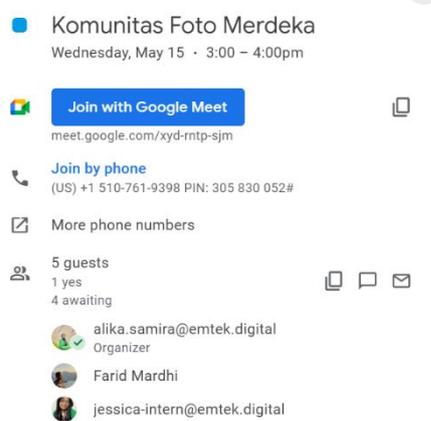
#### 4. **Internal Review**

Penulis serta tim internal melakukan *internal review* yaitu sebuah aktivitas yang dilakukan baik secara tatap muka maupun daring membahas progress pekerjaan serta penyesuaian *brief* pekerjaan yang dilakukan untuk klien. Aktivitas ini dilakukan biasanya oleh tim *Marketing*, Kreatif, Redaksi dan *Sales* sesuai dengan kebutuhannya. Akan ada *problem solving* dan evaluasi yang berhubungan dengan bagaimana progress dari proyek yang sedang dijalankan. Pada praktik kerja magang, penulis telah melakukan *internal review* dengan tim *Marketing* setiap hari di Jam 10.00 WIB melalui Google Meet dan dengan tim *Marketing Communication* setiap hari Senin Jam 11.00 WIB.

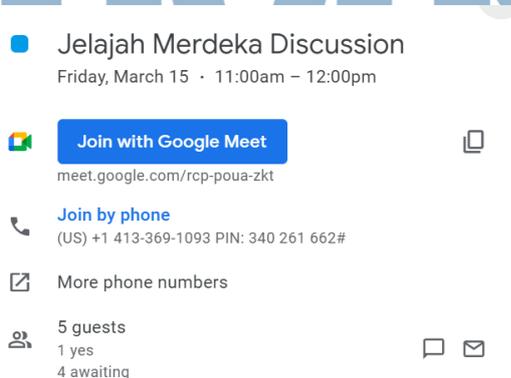
Untuk *internal review* dengan pihak redaksi dilakukan sesuai dengan jadwal tim yang akan hadir sehingga tidak menentu. Terdapat *internal review* yang dilakukan untuk kebutuhan beberapa acara atau program dari perusahaan yang berkaitan dengan *brand* seperti, Liputan6 Awards, Open Mic Merdeka, Komunitas Foto Merdeka, Jelajah Merdeka. Account Executive melaksanakan syarat *internal review* yang dilakukan agar *brief* dapat sesuai dengan request klien.



Gambar 3. 17 *Internal Review* Bersama Tim Redaksi  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)



Gambar 3. 18 *Internal Review* Bersama Tim Redaksi  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)



Gambar 3. 19 *Internal Review* Bersama Tim Redaksi  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)



Gambar 3. 20 Internal Review Bersama Tim Sales  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

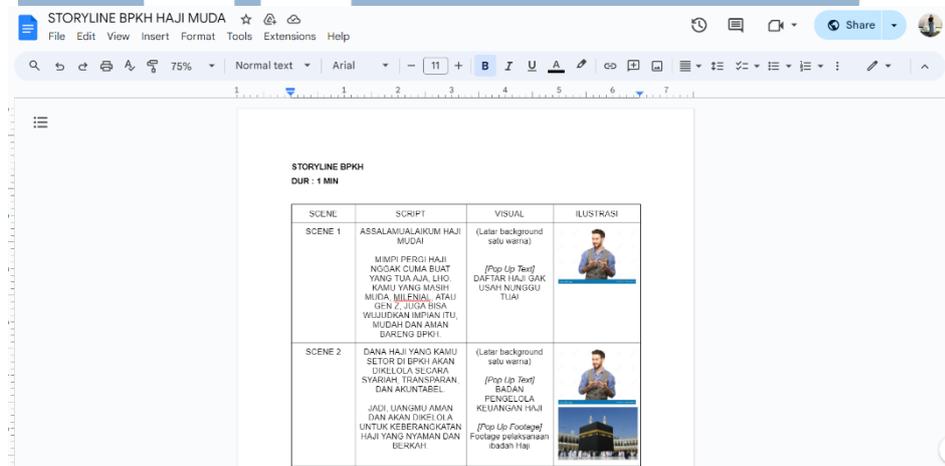
## 5. Membuat *Creative Brief*

Untuk pembuatan *creative brief*, dimulai dari Account Executive diberikan *brief* oleh klien mengenai kampanye maupun kerjasama yang ingin pihak eksternal lakukan. Selanjutnya, penulis akan menyaring serta mengkomunikasikan *brief* tersebut dengan tim internal perusahaan secara jelas. *Creative brief* memiliki isi rincian apa saja yang perlu dikerjakan tim internal perusahaan untuk menjalankan suatu proyek. Jika sudah selesai membuat *creative brief* maka supervisi akan melakukan pengecekan ulang dan mengkonfirmasi bahwa *brief* dapat di berikan kepada tim internal untuk di diskusikan.

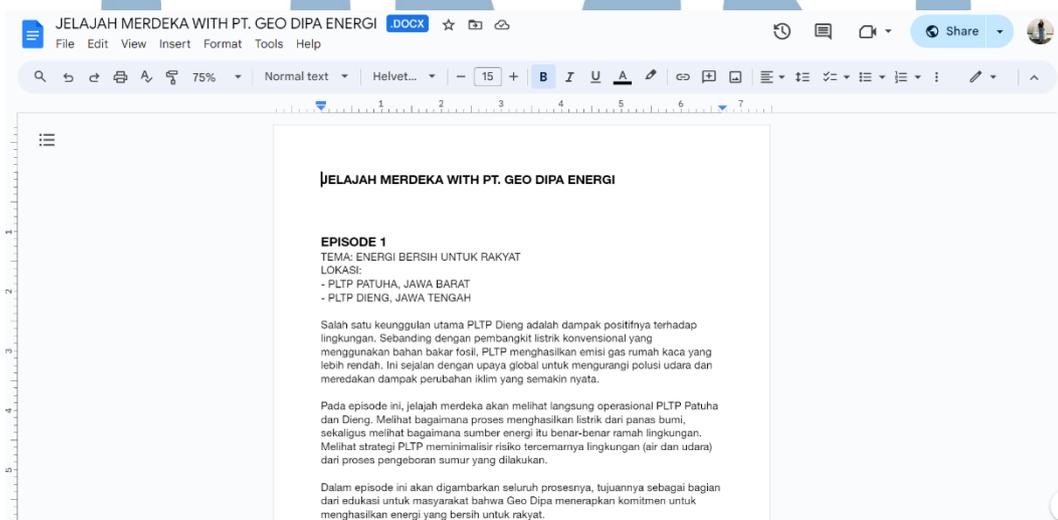
Tentunya, dengan menjalankan kegiatan ini dapat meminimalisir terjadinya kesalahpahaman antar departemen dan membangun lingkungan kerja yang sehat. Pentingnya kegiatan ini diharuskan penulis untuk teliti serta paham akan brand dan produk klien yang sedang dijalankan. Biasanya agar tidak melakukan kesalahan dalam komunikasi, *brainstorming* dilakukan melalui online *meeting* melalui Google Meet. Diperlukan inisiatif untuk bertanya serta kemampuan untuk meriset agar penulis tidak keliru dalam membuat *brief*. Dalam praktik kerja magang beberapa contoh proyek yang dilakukan kegiatan *creative brief* yaitu, Liputan6 Awards, Pesta Kebaya 2024, BPKH, PT.Geo Dipa Energi.



Gambar 3. 21 *Creative Brief* Pesta Kebaya 2024  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)



Gambar 3. 22 *Creative Brief* untuk BPKH  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)



Gambar 3. 23 *Creative Brief* untuk PT. Geo Dipa Energi  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

NUSANTARA



Gambar 3. 24 *Creative Brief* untuk Liputan6 Awards  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

## 6. Melakukan *Minutes of Meeting* (MOM)

Penting bagi Account Executive untuk melakukan pencatatan pada setiap *meeting* yang sudah dilakukan lalu memberikannya pada pihak internal ataupun klien. Pencatatan ini digunakan sebagai *feedback*, kesimpulan diskusi serta menjadi jejak audit jika ada perselisihan antara hasil diskusi dengan tim. Dengan melakukan pencatatan, juga dapat mempermudah panduan atas apa yang harus dilakukan oleh tim dalam melakukan pekerjaannya.

Dalam melakukan praktik kerja magang penulis menemukan kesenjangan antar teori dengan pelaksanaan bahwa kegiatan ini tidak selalu dilakukan dan ditanyakan. Penulis sebagai Account Executive melakukan MOM ini untuk memudahkan koordinasi antar tim namun, tidak diwajibkan untuk dilakukan pada setiap *meeting*. Tidak ada panduan teknis mengenai bagaimana menulis MOM didalam perusahaan, sehingga penulis harus meriset terlebih dulu mengenai cara pembuatannya. Hal ini cukup menyulitkan karena banyaknya informasi yang dipaparkan sehingga tidak bisa diingat secara rinci dan harus ditulis. Inilah mengapa terdapat kendala seperti terjadinya kekeliruan informasi setelah melakukan *meeting* karena tidak sesuai dengan konsep (Solomon,2016).

**Catatan Meeting Redaksi Liputan6 dengan Tim Solution  
Selasa, 19 Maret 2024:**

**1. Signature Video Content Deck: Brand Exposure**

Logo liputan 6 diganti dengan yang terbaru  
Update logo-logo program

**2. Jadi Tahu: make sure concept & brand exposure**

Perbulan terdapat episode di support PPATK  
Possible jika PPATK tidak perpanjang kontrak lalu masuk brand lain  
Costpro sekali syuting:  
- 5 juta/syuting +2 juta/1 stasiun radio  
- 10 juta narsum

**3. Podcast Nusantara: Detail costpro**

Costpro sekali syuting:  
- 5 juta/syuting +2 juta/1 stasiun radio  
- 10 juta narsum

**Possible dibuatkan paket promo untuk:**

- Liputan6 Update
- Climate talk
- Catatan Wens Manggut

**4. Gen Cuan: concept & brand exposure**

Akan ada konsep baru dengan brand (interaktif konten 100 ide terbaik akan dipilih 10 topnya yang akan dijadikan event offline kolaborasi dengan Chayou akan dipilih 3 pemenang)

Gambar 3. 25 Pencatatan *meeting* dengan tim redaksi Liputan6  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

KapanLagi Playground	Multi fandom 100 people or more	Playground 4 Budak Korporat  - Work ethic di Korea seperti apa  Activity: - Games - Noraebang - Workshop	Indonesia - Korea Independence Day  Activity: - Lomba 17an - Game Tradisional Korea - Noraebang	Hari Batik Partnership with Museum Batik
Kelas KapanLagi Korea		Correspondencing with Korean  Sharing experience	Inline with KLKF  As road for KLKF	Hangeul Day (workshop bikin kaligrafi)
Dangdut		KapanLagi Dangdut Goyang Amal 17 Agustus		KapanLagi Dangdut Goyang Amal 10 November

Gambar 3. 26 Pencatatan *meeting* dengan tim redaksi KapanLagi.com  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

Senin, 27 Mei 2024

No	Topic	Details	Action Items
1.	Signature Program	<p>Kapanlagi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kapanlagi Dangdut  Kapanlagi Dangdut 2024 <ul style="list-style-type: none"> <li>Format: Offline / Online (Zoom)</li> <li>Concept: <ul style="list-style-type: none"> <li>Festival Dangdut <ul style="list-style-type: none"> <li>Coaching Clinic / Dangdut Class</li> <li>Harus discuss with marcomm</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> </li> <li>Kapanlagi Jepang: <ul style="list-style-type: none"> <li>Introduction</li> <li>Background</li> <li>Content: Film &amp; Musik</li> <li>Possibilities</li> <li>Masih on discuss di redaksi</li> </ul> </li> </ul> <p>Merdeka:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Komunitas Foto Merdeka</li> <li> Komunitas Foto Merdeka 2024</li> <li>Merdeka Awards <ul style="list-style-type: none"> <li>On discuss di redaksi</li> </ul> </li> </ul> <p>Bola:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Malamnya Bola <ul style="list-style-type: none"> <li>Pipeline: Lifebuoy, Pepsodent, Close Up</li> <li>Other Venue Option: Velodrome (<a href="https://www.instagram.com/saktainternationalvelodrome/?hl=en">https://www.instagram.com/saktainternationalvelodrome/?hl=en</a>)</li> </ul> </li> <li>Premiere League <ul style="list-style-type: none"> <li>Next update setelah meeting with <a href="#">vidio</a></li> </ul> </li> <li>FISIP UI Open (Badminton - Agenda PBSI) <ul style="list-style-type: none"> <li>Buat Package 200 Mio</li> <li>Costpro 100 Mio</li> </ul> </li> <li>Olympic: <ul style="list-style-type: none"> <li>Sportbites (4 vid/month)</li> <li>Special Article (4 article/week): Hashtag, branding on image on second page, <a href="#">linkback</a> brand message</li> <li>Infographic (3)</li> <li>Congratulation Ads</li> </ul> </li> </ul> <p>Otosia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Otosia Community Review</li> <li> Otosia Community Review</li> </ul>	<p>faid marsh@kly.id sinta.intermediataskolision@kly.id:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Request deck &amp; 1 slider</li> <li>Introduction Kapanlagi Jepang ke redaksi</li> <li>Share Deck Open Mic</li> <li>Update Merdeka Awards</li> <li>Crosscheck Deck &amp; Package Komunitas Foto Merdeka</li> </ul> <p>Kirda Satya Ramadhan Aika Samira Nisyah:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Crosscheck Komunitas Foto Merdeka</li> <li>Buat Paket Murah Malamnya Bola hold</li> </ul> <p>Hani Sukma Adji <a href="mailto:david.renato@kly.id">david.renato@kly.id</a>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Update Deck FISIP UI Open</li> <li>Set meeting dengan <a href="#">vidio</a> terkait PL</li> </ul>
3.	Thematic	Idul Adha	faid marsh@kly.id

Gambar 3. 27 Pencatatan *meeting* dengan tim *Marketing Communication*  
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2024)

### 3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan proses kerja magang di KapanLagi Youniverse sebagai Account Executive *intern*, ditemukan berupa:

1. Ada kesenjangan antar teori dan praktik, tidak ada pembahasan mendetail dan kewajiban untuk melakukan *Minutes of Meeting* (Mom). Padahal, menurut Solomon (2016), merincikan bahwa penting untuk melakukan pencatatan disaat setelah melakukan sebuah rapat khususnya yang berhubungan dengan klien karena akan ada jejak audit. Dan juga bisa menjadi solusi dan bukti jika ada kesalahpahaman mengenai detail pekerjaan yang akan dilakukan. Solomon juga memaparkan bahwa dengan melakukan *Minutes of Meeting* bisa membantu transparansi serta anggota departemen yang tidak bisa hadir pada pertemuan tersebut. Dikarenakan tidak diwajibkan penulis sulit untuk mengorganisir apa saja informasi yang diberikan pada saat *meeting*.

### 3.2.4 Solusi atas Kendala yang ditemukan

Solusi yang dilakukan untuk menghadapi kendala-kendala yang ditemukan, yaitu:

1. Dengan melakukan perincian, pencatatan serta meriset sendiri bagaimana cara menulis pencatatan *meeting* yang sesuai dengan konsep Solomon (2016). Sehingga mempermudah pekerjaan penulis sebagai Account Executive *intern* dan komunikasi antar tim menjadi lebih transparan.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A